

- структурные проблемы современной российской экономики. – Самара: Самарский университет, 2015. – С. 5-13.
2. Анисимова В.Ю. Проблемы инвестиционной политики развития промышленных предприятий в современных экономических условиях // Вестник Самарского государственного университета. - 2015. - №2 (124). - С. 95-100.
 3. Анисимова В.Ю. Управление инвестиционной привлекательностью промышленных предприятий в условиях отсутствия экономического роста страны // Аудит и финансовый анализ. - 2015. - №3. - С. 269-271.
 4. Агентство по привлечению инвестиций. Автомобильный кластер Самарской области // URL: <http://www.investinsamara.ru/>.
 5. Годовая отчетность АО «АвтоВАЗ» за 2015 год.
 6. Кононова Е.Н. , Рогачева Е.А. Анализ финансовой устойчивости предприятий в отраслях российской экономики.// Математика, экономика и управление . Том1. 2015 .- № .1.С.97-104.
 7. Кононова Е.Н., Тюкавкин Н.М., Повышение результатов хозяйствования региональных интегрированных промышленных структур на основе информатизации // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Экономические науки. 2012. №1. С.63-66.
 8. Определение банкротства. // URL: <http://investments.academic.ru/716/%> (Дата обращения: 20.09.2016 г.).
 9. Пресс-центр ОАО "АВТОВАЗ". LADA продолжает контролировать 20% российского авторынка // URL:<http://info.avtovaz.ru/> (Дата обращения: 23.09.2016 г.)
 10. Российский статистический ежегодник.2015: Стат.сб / Росстат.- М., 2015.- 728 с.

КРИЗИС КАК НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БИЗНЕСА

Курашова А.А.¹

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва, г. Самара

Ключевые слова: кризис, рецессия, инновации, лояльность персонала, инновации.

С китайского языка слово «кризис» переводится как «опасное время» и так же «время возможностей, шанс». В любой проблеме содержатся возможности, необходимо только успеть их заметить. За многочисленными рисками, связанными с негативными последствиями кризиса, скрывается значительная опасность. Она заключается в том, что за негативными и отрицательными сторонами кризиса, за всеми рисками и угрозами, за всевозможными проблемами и опасностями можно не заметить положительные

¹ Студентка 4 курса института Экономики и управления. Научный руководитель: Шаталова Т.Н., доктор экономических наук, профессор кафедры Экономики инноваций.

стороны и плюсы этой ситуации, возможности и перспективы, Старое «Правило Хи» гласит: «Во всем хорошем надо искать плохое, а во всем плохом — хорошее». Уже успели стать хрестоматийными слова Джона Кеннеди, который говорил: «В китайском языке слово кризис состоит из двух символов: один означает опасность, а другой — шанс». К одному и тому же процессу, к одной и той же тенденции два человека могут относиться по-разному в зависимости от образа мысли, доминирующих ментальных моделей этих людей.

В кризис в любом коллективе возможны две ситуативные реакции. Первая, чисто эмоциональная, вызванная страхом перед будущим, когда предприятие продолжает работать в обычном режиме, но привычные методы поддержания уровня производства уже не помогают — в коллективе возникает паника. Вторая реакция, — когда руководство и сотрудники понимают, что проблемы есть, но есть и возможности изменить ситуацию к лучшему.

Самый простой способ увидеть новые возможности — осуществить свод-анализ деятельности компании. Руководитель может это сделать сам или провести вместе с подчиненными «мозговой штурм» проблемных вопросов, определив тем самым сильные и слабые стороны предприятия, существующие на рынке возможности и риски. Как правило, «мозговой штурм» воодушевляет сотрудников: люди вносят разные предложения, высказывают новые идеи, так формируется общее решение, которое сплочивает коллектив. После свод-анализа необходимо рассмотреть, как компания может компенсировать свои слабые позиции и защитить себя от внешних рисков. На данном этапе у руководства и сотрудников появляется видение того, как можно по-новому, эффективно использовать сильные стороны компании.

К примеру, в кризисный 1998 г. многие российские компании смогли сохранить свои позиции на рынке и удержать квалифицированные рабочие кадры именно за счет разумного подхода к решению проблем. Одной из таких компаний пришлось прибегнуть к столь непопулярной мере, как сокращение фонда оплаты труда (ФОТ). Тем не менее, руководство поставило четкую цель: сокращение ФОТ должно не ослабить, а усилить бизнес и сплотить коллектив. В результате сотрудники по собственной инициативе поочередно были отправлены в неоплачиваемые отпуска. Таким образом в кризисный момент компании удалось снизить свои затраты и избежать сокращения штата.

В кризис важно помнить о трех ключевых моментах. Во-первых, нужно снижать затраты предприятия, во-вторых, работать над моральным духом коллектива и мотивировать людей трудиться лучше и, в-третьих, установить сбалансированную оплату труда. Часто простой перевод работников на сдельную форму оплаты труда позволяет выявить перекосы в установленных нормах выработки, повысить интенсивность загрузки производственных мощностей и снизить производственные затраты. Кроме того, нужно понимать, если человек верит в себя, в свою компанию и видит, что она построена на принципах разумности — заботится о каждом из своих сотрудников, он начинает генерировать идеи, повышать свой КПД и выкладываться в работе на все 100%.

Лояльность персонала во время кризиса обеспечивается правдой и доверием. Нужно правдиво сказать людям, что на самом деле происходит и куда двигаться дальше. Необходимо дать людям возможность вносить свои предложения. Ведь если руководитель будет думать за всех, а сотрудники выполнять при нем роль безгласных исполнителей, то он никогда не сможет найти правильное решение проблем.

Конечно, руководители предприятий в большей степени заняты решением стратегических и административных вопросов, но при этом они всегда должны интересоваться также работой своих сотрудников. Каждый из них на своем рабочем месте хорошо видит, как можно улучшить работу предприятия. Например, в Японии работник может отправить руководству свое предложение, и 90% таких предложений оперативно внедряются в производство и оплачиваются. Причем людей мотивируют не только деньги, но и сопричастность к общему делу, возможность реально изменить компанию, повысить свой рабочий потенциал, приобрести новые знания и навыки во время корпоративного обучения. Подобными мероприятиями обеспечивается лояльность персонала не только в период кризиса, но и в любое другое время.

Трудности, сложности, препятствия, риски, угрозы, опасности, проблемы - это другая сторона возможностей и перспектив. Нужно только эти негативные и отрицательные факторы и аспекты повернуть другой стороной: преодолеть препятствия, минимизировать риски, справиться с трудностями.

Не бывает развития без риска. Инновации — это всегда пробы и ошибки. Инновации всегда рискованны. Большие достижения в результате прошлых успехов часто становятся барьером на пути дальнейшего роста эффективности.

Многие убеждены, что для начала бизнеса нужен большой стартовый капитал. Этот миф погубил большее количество великих идей, чем какой-либо другой фактор. Носители идей, которые не могут получить кредит или привлечь инвестора, скорее всего, оставят в покое эти идеи. А вот тот, кто станет, подобно Генри Форду, развивать и шлифовать свои предложения, сможет добиться успеха и без банков, и без инвесторов, обеспечивая постепенный рост и эволюционное развитие своего дела. Отлаженный работающий устойчивый бизнес на самом деле не нуждается ни в кредитах, ни в инвестициях, он сам генерирует необходимый для своего развития капитал. И он для того и создан. А один из индикаторов наступления проблем в компании и заключается именно в отсутствии собственных средств.

Именно во время рецессий и депрессий прошлых эпох и возникли такие компании, бренды которых сегодня знает каждый: Hyatt, Burger King, IHOP, The Jim Henson Company, FedEx, Microsoft, MTV Networks, Trader Joe's, Wikipedia Foundation, Sports Illustrated, General Electric, Hewlett-Packard, John Wiley & Sons, Ryder Systems, AIG (American International Group), Playboy Enterprises, Apollo Group.

Общей характеристикой всех рожденных в периоды экономических кризисов компаний является минимальный, и даже нулевой уровень инвестиций в момент открытия бизнеса. Поэтому, можно сказать, что эти мировые бренды родились практически на пустом месте, без никаких

капиталовложений, только благодаря смекалке, гибкости, предприимчивости, креативности, новаторству своих основателей, и благодаря успешному использованию ими благоприятных возможностей, появившихся в периоды экономических и финансовых потрясений.

Рецессия — великое преимущество не только для стартапов. Существующие компании во время кризиса тоже могут сделать существенный рывок, который изменит их будущее. Успешные примеры таких компаний в мировом масштабе это — Ford, McKinsey & Company, Coca-Cola, Housing & Commercial Bank, Google, PayPal, Salesforce.com Inc и многие-многие другие.

Анализ пути к успеху и глобальных корпораций, и крупных национальных компаний, родившихся во времена кризисов прошлых эпох показывает, что основным фактором их роста и стремительного развития явились не станки, оборудование, стены и корпуса, а такие «невидимые» активы, как новаторство, предпринимательство, креативность, смекалка, нестандартное мышление, оптимизм, энтузиазм, вера в успех, энергия вдохновения и устремленности.

Но существование старого всегда мешает, задерживает появление нового. «Созидательным разрушением» Йозеф Шумпетер, назвал механизм, очищающий экономику от всего отжившего: «Экономика живет и развивается благодаря уничтожению старых компаний, методов и идей, на смену которым приходят новые, более производительные и прибыльные».

Любой кризис играет очистительную роль – то, что прогнило, рушится и расчищается место для нового. Самое главное – успокоиться и взглянуть на ситуацию под другим углом зрения. Если это удастся, то можно увидеть новые возможности развития бизнеса, которые возникли именно благодаря кризису.

Список использованных источников:

1. Том Питерс, Роберт Уотерман Мл. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки = In Search of Excellence: Lessons from America's Best Run Companies. — М.: «Альпина Паблишер», 2011. — 528 с. — ISBN 978-5-9614-1629-9

2. Переверзев М. П., Шайденко Н. А., Басовский Л. Е. Менеджмент. — 2-е изд., переработанное. — М.: ИНФРА-М, «Высшее образование», 2011. — С. 330. — ISBN 978-5-16-003239-9

3. Чебыкина М.В. Организационно-экономическая сущность конкурентоспособности предприятия как системообразующей категории // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Экономические науки. 2012. № 1. С. 66-74.

4. Чебыкина М.В. Формирование конкурентной стратегии предприятия: методические подходы // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 8 (106). С. 46-50.

5 .Chebykina M.V., Bobkova E.Yu. Supply logistics of international cargo. Yelm, WA, USA: Science Book Publishing House LLC, 2014. 162 с

6. Чебыкина М.В., Усов Д.С. Импорт сельскохозяйственной техники: структура и регулирование // Вестник Оренбургского государственного университета. 2008. № 10 (92). С. 73-76.
7. Chebykina M.V., Bobkova E.Yu. The Set Of Anti-Recessionary Measures Of The Energy Policy Of Industrial Enterprises In The Resource-Saving Sphere // В мире научных открытий. 2014. № 9.1 (57). С. 542-551.
8. Shatalova T.N., Chebykina M.V., Zhirnova T.V., Bobkova E.Y. Methodological Problems In Determining The Basic Features Of The Sample Set Controlling The Activities Of The Enterprise // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Т. 6. № 3 S4. С. 261-268.
9. Shatalova T.N., Chebykina M.V., Zhirnova T.V., Bobkova E.Yu. Base Of Instruments For Managing Energy Resources In Monitoring Activity Of Industrial Enterprises // Advances in Environmental Biology. 2014. Т. 8. № 7. С. 2372-2376.
10. Чебыкина М.В., Мирошникова Р.Р. Влияние природно-ресурсного потенциала на эффективность производства, территориальную организацию и региональную специализацию в условиях перехода на модель устойчивого развития // Вестник Оренбургского государственного университета. 2007. № 5 (69). С. 69-73.
11. Шаталова Т.Н., Чернышова Ю.Г. Теоретическая сущность ресурсосберегающей деятельности, виды и принципы ее осуществления // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2011. № 11 (85). С. 120-123.
12. Шаталова Т.Н., Айвазян С.В. Экономическая оценка природных ресурсов в структуре ресурсного потенциала региона: методологический аспект // Вестник Самарского муниципального института управления. 2011. № 2. С. 79-86.
13. Шаталова Т.Н., Усов Д.С. Оптимизация ввоза зарубежной сельскохозяйственной техники на условиях аренды или финансового лизинга // Вестник Оренбургского государственного университета. 2008. № 9 (91). С. 92-94.
14. Шаталова Т.Н., Чебыкина М.В., Косякова И.В. Экономическая интеграция как фактор развития инновационного потенциала промышленного предприятия // В мире научных открытий. 2015. № 11.5 (71). С. 1873-1882.
15. Шаталова Т.Н., Чебыкина М.В., Косякова И.В., Жирнова Т.В. Контроллинг как инновационная система управления промышленным предприятием // В мире научных открытий. 2015. № 11.5 (71). С. 1882-1894.
16. Shatalova T.N., Chebykina M.V., Zhirnova T.V., Bobkova E.Y. Methodological Problems In Determining The Basic Features Of The Sample Set Controlling The Activities Of The Enterprise // Mediterranean Journal of Social Sciences. 2015. Т. 6. № 3 S4. С. 261-268.
17. Shatalova T.N., Zhirnova T.V. System Of Industrial Enterprise Controlling: Problems And Prospects. Yelm, WA, USA: Science Book Publishing House, 2014.